

ABSTRAK

Kuliner termasuk subsektor yang memberikan kontribusi cukup besar bagi Kota Bogor, terutama kuliner restoran. Jika dibandingkan dengan kuliner lain, restoran waralaba mengalami penurunan yang paling besar. Penurunan jumlah restoran Dunkin Donuts Cabang Pengadilan menunjukkan adanya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen Dunkin Donuts di Kota Bogor (Survei pada Konsumen Dunkin Donuts Cabang Pengadilan) secara simultan maupun parsial.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dan verifikatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, analisis korelasi berganda, analisis koefisien determinasi, dan uji hipotesis dengan menggunakan program SPSS 26.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen. Besarnya pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara simultan yaitu 58,9% dan sisanya 40,2% dipengaruhi variabel lain yang tidak diteliti. Secara parsial besarnya pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen sebesar 27,8% dan pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen sebesar 31,1%. Dapat disimpulkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan konsumen.

Kata Kunci: harga, kualitas produk, dan kepuasan konsumen

ABSTRACT

Culinary is a subsector that makes quite a big contribution to the city of Bogor, especially restaurant culinary. When compared with other culinary delights, franchise restaurants experienced the biggest decline. The decrease in the number of Dunkin Donuts restaurants in the Court Branch shows the influence of price and product quality on consumer satisfaction. This research aims to determine the effect of price and product quality on Dunkin Donuts consumer satisfaction in Bogor City (Survey on Dunkin Donuts Consumers, Court Branch) simultaneously or partially.

This study uses a quantitative approach. The research method used was descriptive and verification method with a sample size of 100 respondents. The analytical methods used are multiple linear regression analysis, multiple correlation analysis, coefficient of determination analysis, and hypothesis testing using the SPSS 26 program.

The results showed that there was a positive and significant influence between price and product quality on consumer satisfaction. The magnitude of the effect of price and product quality on consumer satisfaction simultaneously is 58.9% and the remaining 40.2% is influenced by other variables not examined. Partially, the effect of price on consumer satisfaction is 27.8% and the effect of product quality on customer satisfaction is 31.1%. It can be concluded that product quality has the greatest influence on consumer satisfaction.

Keywords: price, product quality, and consumer satisfaction.